

MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII
MOLDOVA
UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA
FACULTATEA ȘTIINȚE ECONOMICE

Departamentul „Economie, Marketing și Turism”

GHID
privind organizarea și desfășurarea
**practicii de specialitate pentru în cadrul programelor de
master**

Domeniul general de studiu – 101 Servicii publice

Domeniul de formare profesională – 1013 Servicii hoteliere, Turism și Agrement

Program de master - Management și marketing hotelier și turism (MP)

Domeniul general de studiu – 041 Științe economice

Domeniul de formare profesională – 0414 Marketing

Program de master - Studii în marketing (MP)

Autori:
Maria Hămuraru, dr., conf.univ.
Adriana Buzdugan, dr., conf.univ

Chișinău 2021

CUPRINS:

I. PRELIMINARII	3
II. CONȚINUTUL PRACTICII DE SPECIALITATE	6
III. DREPTURILE ȘI OBLIGAȚIILE STUDENTULUI-MASTERAND.....	8
IV. INSTRUCȚIUNI PENTRU MASTERANDUL- STAGIAR.....	9
V. SUMARUL ACTIVITĂȚILOR ÎN PERIOADA PRACTICII DE SPECIALITATE	10
VI. CERINȚE PRIVIND REDACTAREA RAPORTULUI PRACTICII DE SPECIALITATE	15
VII. SCALA DE EVALUARE A STAGIARULUI	18
ANEXE	20

I. PRELIMINARII

Stagiul practicii de specialitate în cadrul programelor „Studii în marketing” (SMK) și „Management și Marketing Hotelier și Turism” (MMHT) este organizat în conformitate cu [Regulamentul cadru privind stagiile de practică în învățământul superior](#) și [Regulamentul instituțional privind organizarea și desfășurarea stagiilor de practică](#). Conform programului de master, masteranzii sunt antrenați în efectuarea stagiului practicii de specialitate în semestrul III, conform calendarului academic, cu o durată de 5 săptămâni, 300 ore.

Stagiul practicii de specialitate este parte integrantă obligatorie a procesului educațional și se realizează în scopul aprofundării cunoștințelor teoretice acumulate de către studenții masteranzi pe parcursul anilor de studii și formării competențelor stabilite în Nota explicativă a planului de învățământ conform domeniilor de formare profesională.

Stagiul practicii de specialitate se axează, în temei, pe:

- activitatea de cunoaștere generală a unității de practică în care este repartizat studentul-masterand;
- activități de observație și analiză a proceselor funcționale, sub îndrumarea coordonatorilor (mentorilor) din partea unității-bază de realizare a stagiului de practică;
- colectarea informației în scopul elaborării tezei de master;
- exersarea competențelor profesionale;
- elaborarea setului de documente prestabilite și a raportului privind stagiul de practică.

Stagiul practicii de specialitate este o combinație a procesului de formare teoretică, acumularea de abilități practice și competențe profesionale de către studenții-masteranzi pentru o adaptare completă în lansarea acestora pe piața muncii, fiind o oportunitate de a obține un feedback de la unitățile de practică cu privire la calitatea instruirii, precum și pentru a primi informații suplimentare despre competențele pe care trebuie să le dezvolte un masterand pentru a face față cerințelor actuale ale pieței muncii.

Scopul programului de master „Management și marketing hotelier și turism” constă în formarea de competențe în domeniul sectorului public și privat cu specialiști – în sectorul serviciilor hoteliere și turism, precum și formarea unui nucleu de cercetare, în care masteranzii, în colaborare cu specialiștii în domeniu vor studia disciplinele din planul de învățământ și vor identifica prioritățile următorilor ani. Practica de specialitate va asigura obținerea de abilități profesionale și experiență în activitatea profesională a masterandului care se bazează pe parcurgerea și însușirea următoarelor discipline: Economia întreprinderii hoteliere; Organizații de management al destinațiilor turistice; Comportament organizațional corporative și dezvoltarea personalului; Managementul Resurselor Umane; Politici de marketing în ospitalitate și turism; Dezvoltarea turismului durabil; Management în ospitalitate și turism;

Managementul financiar a produselor hoteliere și turistice; Gestiunea costurilor în industria hotelieră și turism; Tehnici cantitative și calitative în turism și servicii hoteliere; Comunicare, promovare și vânzare în turism; Sisteme informaționale în servicii hoteliere și turism; Turism internațional; Strategii și practici în industria hotelieră și turism; Managementul proiectelor în servicii și turism; Tehnica operațiilor de Front-Back Office; Metodologia și Etica cercetării în servicii.

Pe parcursul studierii acestor discipline și desfășurării stagiului practicii de specialitate, masteranzii vor dezvolta următoarele competențe profesionale:

C1. Aplicarea eficientă a teoriilor, metodelor și instrumentelor TIC la crearea produsului turistic în condițiile dezvoltării economice durabile;

C2. Luarea deciziilor constructive privind dezvoltarea pieței turistice în condițiile resurselor turistice disponibile;

C3. Organizarea activității turistice în corespundere cu tradițiile etnoculturale, istorice și religioase în contextul dezvoltării relațiilor cu clienții prin comunicare eficientă;

C4. Gestionarea necesarului de resurse umane, materiale și financiare în raport cu cerințele volumului și eficienței entității turistice și de servicii în relațiile cu partenerii;

C5. Evaluarea activității entității turistice, produsului turistic în corespundere nevoile clienței în contextul asigurării securității acestora;

C6. Elaborarea politicilor în domeniul turismului și ospitalității în raport cu stilul de viață al clienților.

C7. Cercetarea problemelor de organizare a activităților în domeniul serviciilor hoteliere și turism la nivel regional, național și internațional;

C8. Aplicarea mecanismelor de asigurare a calității în turism și servicii.

Scopul programului „Studii în Marketing” constă în formarea competențelor profesionale viitorilor specialiști în vederea inserției pe piața muncii din economia națională - capabili de a cerceta, analiza, evalua, reflecta și gestiona problemele legate de activitatea de marketing a unei entități și realizarea unui învățământ flexibil și dinamic, bazat pe necesitățile societale, adaptabil la solicitările ulterioare de specializare. Practica de specialitate va asigura obținerea de abilități profesionale și experiență în activitatea profesională a masterandului care se bazează pe parcurgerea și însușirea următoarelor discipline: Managementul marketingului; Cercetări și analiză de piață; Marketingul vânzărilor; Logistica și Supply Chain Management; Branding și comunicare de marketing; Analiza concurenței și strategii competitive; Contracte comerciale; Managementul proiectelor. Managementul Evenimentelor; Digital Social Media Marketing; Metodologia și etica cercetării în marketing; Marketing relațional; PR management; Marketing internațional; Auditul de marketing.

Pe parcursul studierii acestor discipline și desfășurării stagiului practicii de specialitate, masteranzii vor dezvolta următoarele competențe profesionale:

C1. Aplicarea teoriilor de marketing, logistică, branding și comunicare în activitatea economică a entității;

C2. Organizarea activității de cercetare și analiză de piață în vederea fundamentării programelor de marketing și a planurilor entității economice;

C3. Evaluarea tehnicilor de comunicare integrată de marketing cu publicul și piața țintă în contextul creșterii imaginii pe piața națională și internațională;

C4. Crearea proiectelor și evenimentelor privind lansarea și comercializarea produselor în contextul fidelizării clienților;

C5. Estimarea indicatorilor de performanță a activității de marketing în raport cu indicatorii economico-financiari;

C6. Elaborarea strategiilor de marketing digital în contextul menținerii relațiilor cu publicul, aplicând instrumente web;

C7. Dezvoltarea capacităților de a răspunde problematicii sociale, științifice și etice în procesul muncii și vieții sociale.

II. CONȚINUTUL PRACTICII DE SPECIALITATE

Domeniul general de studiu – 101 Servicii publice

Domeniul de formare profesională –1013 Servicii hoteliere, Turism și Agreement

Program de master - Management și marketing hotelier și turism (MP)

Scopul practicii de specialitate: constă în dezvoltarea abilităților practice și a competențelor profesionale în cadrul entității economice din domeniul serviciilor turistice și hoteliere.

Obiectivele practicii de specialitate

1. să acumuleze experiență relevantă în cadrul industriei ospitalității și/sau a turismului;
2. să se adapteze culturii corporative a entității;
3. să analizeze informațiile relevante domeniului profesional;
4. să dezvolte abilități practice și manageriale în mediul profesional;
5. să identifice problemele entității economice și să contribuie la rezolvarea lor;
6. să ia decizii autonome în situații similare a activității profesionale;
7. să elaboreze proiecte de raționalizare a activității entității economice;
8. să acumuleze resurse informaționale pentru elaborarea tezei de master;
9. să realizeze activități practice în vederea determinării soluțiilor relevante pentru soluționarea problematicii tezei de master;
10. să aplice regulile privind etica de afaceri în cadrul entității;

Entități relevante stagiului practicii de specialitate:

1. Hoteluri și alte unități de cazare;
2. Stațiuni balneare;
3. Parcuri tematice;
4. Restaurante;
5. Complex turistic;
6. Centre informaționale pentru turiști;
7. Companii aeriene;
8. Agenții tur-operatoroare;
9. Agenții de organizare a evenimentelor;
10. Tabere de camping;
11. Agenții de turism;
12. Companii de transport;
13. Companii de catering;
14. Asociații naționale în domeniul turismului (ANTRIM, ANAT, ANTREC, ANGLT).

Domeniul general de studiu – 041 Științe economice

Domeniul de formare profesională – 0414 Marketing

Program de master - Studii în marketing (MP)

Scopul practicii de specialitate: constă în dezvoltarea abilităților practice și a competențelor profesionale în cadrul departamentelor de marketing ale entității economice din economia națională.

Obiectivele practicii de specialitate

1. să studieze și analizeze activitatea de marketing a entității economice;
2. să cerceteze piața pentru identificarea problemelor entității;
3. să sintetizeze informațiile necesare pentru elaborarea tezei de master (acte interne a entității, literatură de specialitate, periodice, materiale ale conferințelor, surse web);
4. să elaboreze proiecte de raționalizare a activității entității economice;
5. să realizeze activități de marketing în vederea determinării soluțiilor relevante pentru soluționarea problematicii tezei de master;
6. să dezvolte abilități practice și manageriale în mediul profesional;
7. să ia decizii autonome în situații similare a activității profesionale;
8. să aplice regulile privind etica de afaceri în cadrul entității.

Entități relevante stagiului practicii de specialitate poate fi oricare entitate economică de pe piața locală sau internațională, după caz, care dispune de un departament de marketing sau de vânzări.

III. DREPTURILE ȘI OBLIGAȚIILE STUDENTULUI-MASTERAND

A. Masterandul este obligat:

1. să se prezinte la entitatea economică în ziua fixată în ordinul de repartizare;
2. să facă cunoscut programul practicii de specialitate, conducătorului de la entitatea economică;
3. să realizeze sarcinile specificate în programul practicii de specialitate;
4. să respecte indicațiile administrației entității economice;
5. să respecte indicațiile conducătorului practicii de la entitatea economică;
6. să se conformeze regulamentului intern al entității economice;
7. să respecte cu strictețe regulile de protecție a muncii, tehnicii securității și igienei de producție;
8. să participe activ în viața colectivului entității economice;
9. să completeze agenda practicii, în care vor fi înscrise conținutul activităților;
10. să prezinte agenda practicii pentru verificare conducătorului practicii de la entitatea economică;
11. să prezinte la control, după finalizarea stagiului, agenda practicii însoțită de raportul de practică și anexe, departamentului de profil;
12. să prezinte și să susțină raportul de practică privind rezultatele stagiului în cadrul unei conferințe de totalizare, la comisia de specialitate.

B. Masterandul are dreptul:

- să beneficieze de consultanță de la coordonatorul științific repartizat de la departament, privind organizarea practicii la entitatea economică și elaborarea tezei de master;
- să beneficieze de susținere metodologică și informațională din partea conducătorului practicii de la entitatea economică.

IV. INSTRUCȚIUNI PENTRU MASTERANDUL- STAGIAR

A. Înainte de plecare la practică, e necesar:

1. a obține agenda practicii, repartizarea la practică cu denumirea entității economice și adresa juridică corectă;
2. a coordona programul practicii de specialitate cu departamentul de profil;
3. a examina detaliat cu conducătorul tezei de master sarcinile ce urmează a fi îndeplinite la entitatea economică (privind proiectul de master, activitatea de cercetare, studierea anumitor elemente ale producției ș.a.).

B. Masterandul-practicant sosit la locul practicii, este obligat:

1. să se prezinte la direcția entității economice și să confirme în agendă data sosirii;
2. să primească un document de stagiar al entității economice, după caz (permis de intrare);
3. să coordoneze cu conducătorul practicii de la entitatea economică:
 - programul practicii;
 - sarcinile individuale primite la plecare din instituția de învățământ;
 - locul de muncă;
 - planul calendaristic al desfășurării practicii;
 - modul de utilizare al echipamentului entității economice.
4. să respecte regulamentul intern și tehnica securității muncii la entitatea economică;
5. să completeze sistematic agenda practicii;
6. să elaboreze un raport privind activitatea entității, realizat în cadrul stagiului de practică.

V. SUMARUL ACTIVITĂȚILOR ÎN PERIOADA PRACTICII DE SPECIALITATE

Domeniul general de studiu – 101 Servicii publice

Domeniul de formare profesională –1013 Servicii hoteliere, Turism și Agreement

Program de master - Management și marketing hotelier și turism (MP)

Subiectul	Conținutul sarcinilor
1. Caracteristica generală a entității economice	<p>Istoria activității entității economice; caracteristica structurii organizatorico-juridice. Prezentarea actelor normative specifice domeniului de activitate. Descrierea locului de amplasare a entității, infrastructura externă, designul extern și intern al locației. Prezența unei identități de brand corporative (logo, marcă înregistrată la AGEPI, etc.). Amenajarea externă: elemente de design, amenajare artistică și arhitecturală care conțin emblema și domeniul de activitate a entității; panouri publicitare, semantica culorilor de identitate a mărcii, stilul caligrafic; amenajarea internă (designul interior): dispunerea de un panou informativ relevant cu documentele necesare; imaginea angajaților (existența uniformei sau a unui stil business-office; ecuson, într-un stil comun al entității). La realizarea raportului de practică este necesar de anexat o diagramă care descrie interiorul entității. Disponibilitatea echipamentelor și a mijloacelor de comunicare necesare activității entității în prestarea serviciilor. Dotarea locurilor de muncă a angajaților cu echipament tehnico-material.</p>
2. Analiza domeniului de activitate a entității	<p>Caracteristica tipurilor și formelor de activitate ale entității. Descrierea organigramei entității și interacțiunea dintre departamentele care o formează. Caracterizarea funcțiilor entității și a departamentelor sale; disponibilitatea mijloacelor și a echipamentelor moderne de comunicare; caracteristica disponibilității și organizării serviciilor suplimentare și a documentelor contractuale (fotocopiile contractelor cu alte entități conexe trebuie prezentate în raportul de practică la anexe).</p>
3. Activitatea de marketing a entității	<p>Analiza activităților de marketing ale entității: analiza mediului de marketing, studiul cererii și nevoilor clienților; apariția de noi tipuri de servicii în funcție de cererea și nevoile diferitor segmente de clienți; analiza concurenților; parteneriatul cu entitățile conexe; evaluarea entității (identificarea punctelor forte și slabe); metoda de lucru cu</p>

	reclamațiile clienților; prezența unui plan de marketing; analiză a activităților de promovare și comunicare interactivă a entității: tipuri și formele publicitate aplicate.
4. Managementul și politica de personal a entității	Studierea cerințelor de calificare pentru principalele funcții ale angajaților din domeniul de activitate profesională a entității. Analiza personalului entității, după criteriile de: vârstă, studii, cunoașterea limbilor străine, etc. Descrierea stilurilor de management ale managerilor din diferite niveluri de conducere. Identificarea formelor și metodelor de gestiune a personalului specifice entității. Organizarea întâlnirilor de afaceri, capacității conducerii de a rezolva conflictele și situațiile stresante într-o echipă și de relaționa cu consumatorii. Examinarea strategiei de planificare a personalului. Studierea personalului entității: metodele de selecție a personalului din entitate; studierea gradului de satisfacție a personalului; formarea profesională și creșterea profesională. Studierea și analiza fișelor de post a angajaților entității (prezentarea la anexele raportului de practică a fișelor de post a angajaților)
5. Analiza activității economico-financiare a entității	Caracteristica componentei costurilor entității, metoda de stabilire a prețurilor; strategiile de stabilire a prețurilor entității; analiza principalilor indicatori ai entității, volumul ofertei/vânzărilor, remunerarea forței de muncă, profitul.
6. Asigurarea securității în cadrul entității	Analiza asigurării securității în cadrul entității: existența butonului de alarmă, camere de supraveghere, sistem de alarmă ș.a., existența unui contract de asigurare a securității de către o entitate specializată; aviz anti-incendii; planul de evacuare în caz de situații excepționale, registrul de asigurare a instructajului privind securitatea muncii. Analiza activității entității în corespundere cu standardele specifice industriei ospitalității: securitate ecologică, securitate anti-incendiară, securitatea materială ș.a.
7. Realizarea sarcinii individuale	Sarcina individuală este realizată pe tema tezei de master.
8. Propuneri, recomandări și măsuri pentru	Dacă studentul nu poate oferi propria soluție a problemelor identificate, atunci trebuie să studieze cea mai bună experiență internă și străină ale entităților economice, recomandările cercetătorilor științifici,

îmbunătățirea activității entității	practicieni notorii și să aleagă dintre ele opțiunea care poate fi implementată în de către entitatea evaluată.
--	---

Anexe (materiale furnizate de entitatea economică)*

*În raportul de practică vor fi incluse informații despre entitate doar cele furnizate de către conducătorul din partea entității.

Domeniul general de studiu – 041 Științe economice

Domeniul de formare profesională – 0414 Marketing

Program de master - Studii în marketing (MP)

Subiectul	Conținutul sarcinilor
1. Caracteristica generală a entității economice	<p>Istoria activității entității economice; caracteristica structurii organizatorico-juridice. Prezentarea actelor normative specifice domeniului de activitate. Descrierea locului de amplasare a entității, infrastructura externă, designul extern și intern al locației. Amenajarea externă: elemente de design, amenajare artistică și arhitecturală care conțin emblema și domeniul de activitate a entității; panouri publicitare, semantica culorilor de identitate a mărcii, stilul caligrafic; amenajarea internă (designul interior): dispunerea de un panou informativ relevant cu documentele necesare; imaginea angajaților (existența uniformei sau a unui stil business-office; ecuson, într-un stil comun al entității). Disponibilitatea echipamentelor și a mijloacelor de comunicare necesare activității entității în prestarea serviciilor.</p> <p>Caracteristica tipurilor și formelor de activitate ale entității. Descrierea organigramei entității și interacțiunea dintre departamentele care o formează. Caracterizarea funcțiilor entității și a departamentelor sale; disponibilitatea mijloacelor și a echipamentelor moderne de comunicare; caracteristica disponibilității și organizării serviciilor suplimentare și a documentelor contractuale (fotocopiile contractelor cu alte entități conexe trebuie prezentate în raportul de practică la anexe).</p>
2. Managementul marketingului	<p>Analiza activităților de marketing ale entității: analiza mediului de marketing, descrierea mixului de marketing; studiul cererii și nevoilor clienților; portofoliul de activități în corelare cu cererea și nevoile diferitor segmente de consumatori clienți; parteneriatul cu entitățile conexe; evaluarea planului de marketing, după caz, elaborarea acestuia.</p>

<p>3. Cercetarea și analiza pieței și analiza gradului de competitivitate</p>	<p>Analiza și cercetarea fenomenelor de piață utilizând diferite instrumente de cercetare: investigarea mecanismelor de investigare a pieței; cercetarea cererii de mărfuri/servicii în baza coeficienților de elasticitate; cercetarea ofertei de mărfuri/servicii în baza analizei pieței vânzătorilor; identificarea metodei optime de lansare a unui produs pe piață în baza arborelui de decizie; segmentarea pieței produsului în baza algoritmului Belson; elaborarea planului de previzionare a vânzătorilor în baza analizei factoriale; Aplicarea unei metode de analiză a mediului concurențial al entității; Aplicarea unui model de analiză a mediului concurențial intern al entității; Analiza situației și nivelului de competitivitate în cadrul industriei (ramurii industriale) în care firma activează; Caracteristica tipurilor de strategii competitive ale entităților concurente din cadrul industriei;</p>
<p>4. Evaluarea potențialului de dezvoltare internațională a pieței de desfacere</p>	<p>Analiza exporturilor și importurilor de categorii de mărfuri/servicii la nivel de ramură. Determinarea barierelor de intrare și ieșire de pe piețele externe identificarea și evaluarea posibilităților de pătrundere pe piețele externe, prin cercetarea actelor normative și cerințele de consum specifice pieței externe.</p>
<p>5. Diagnosticul activității economice</p>	<p>Analiza costurilor de producție și a cheltuielilor; determinarea profitabilității vânzătorilor și rentabilității comerciale; Analiza componentei și structurii în dinamică a veniturilor din vânzări; Analiza veniturilor din vânzări; Analiza productivității muncii angajaților; Analiza cheltuielilor de distribuție; Recomandarea strategiei concurențiale a entității în funcție de situația acesteia și de cea a pieței;</p>
<p>6. Comunicarea integrată de marketing</p>	<p>Identificarea prezenței unei identități de brand corporativ (logo, marcă înregistrată la AGEPI, etc.); Analiza elementelor de brand a entității; Elaborarea piramidei notorietății brandului; Caracteristica strategiei de poziționare a entității prin sloganul/sloganele promovate; Analiza tehnicilor de comunicare de marketing aplicate de către entitate; Analiza prezenței on-line a companiei: metodele interactive de promovare aplicate; Monitorizarea conversației – managementul reputației entității;</p>
<p>7. Realizarea sarcinii individuale</p>	<p>Sarcina individuală este realizată pe tema tezei de master.</p>

8. Propuneri, recomandări și măsuri pentru îmbunătățirea activității entității	Dacă studentul nu poate oferi propria soluție a problemelor identificate, atunci trebuie să studieze cea mai bună experiență internă și străină ale entităților economice, recomandările cercetătorilor științifici, practicieni notorii și să aleagă dintre ele opțiunea care poate fi implementată în de către entitatea evaluată.
Anexe (materiale furnizate de întreprindere)*	

*În raportul de practică vor fi incluse informații despre entitate doar cele furnizate de către conducătorul din partea entității.

VI. CERINȚE PRIVIND REDACTAREA RAPORTULUI PRACTICII DE SPECIALITATE

Textul raportului trebuie să fie scris citeț, fără greșeli, cules la computer, numai pe versoul paginii format A4, în Microsoft Word, cu caractere Times New Roman, font 12, interval 1,5. Câmpuri: stânga-30mm, dreapta, sus, jos-20mm. Volumul raportului va constitui 25-30 pagini (fără surse bibliografice și anexe).

Paginile se numerează jos, în partea dreaptă sau la mijlocul paginii, cu cifre arabe. Foaia de titlu nu se numerează, dar se include în numărul total de pagini.

Raportul stagiului de practică de specialitate trebuie să includă: foaia de titlu; cuprinsul; conținutul textului; sursele bibliografice; anexe; referințe, agenda practicii de specialitate.

Foaia de titlu are formă standard pentru toate rapoartele stagiului de practică și va fi perfectată conform Anexei 1.

Cuprinsul (Anexa 2) reprezintă pagina imediat următoare după foaia de titlu și prezintă toate părțile componente ale raportului stagiului de practică (introducerea, denumirea capitolelor în ordinea expunerii, concluzii și recomandări, bibliografie, anexe).

Introducerea cuprinde 1-2 pagini și conține: succintă descriere a entității economice (1/2 pagină), scopul, obiectivele, metodologia utilizată, obiectul cercetării, analiza succintă a structurii raportului și cuvinte cheie.

Conținutul textului divizat pe capitole, conform sumarului activităților realizate, expus într-un limbaj corect, clar, având un stil științifico-literar și respectându-se regulile gramaticale în vigoare. El trebuie să cuprindă toate compartimentele indicate în Sumarul activităților practicii de specialitate. Volumul lui trebuie să cuprindă 20-22 pagini.

Concluzii și recomandări relevă sinteza rezultatelor cercetărilor efectuate pe parcursul desfășurării practicii de specialitate. Se expun neajunsurile depistate în activitatea entității și propunerile autorului în vederea soluționării lor. Acest compartiment prevede un volum de 2 pagini și reflectă capacitatea studentului de a generaliza și sintetiza materialul, de a selecta și expune esențialul și de a formula propuneri în vederea perfecționării activității entității.

Utilizarea abrevierilor. În denumirea capitolelor și paragrafelor, în tabele, scheme, desene, anexe și inscripții de sub figuri nu se permit cuvinte abreviate, în afară de cele general acceptate ca, de exemplu: ș.a.; ș.a.m.d.; etc., mil. Unitățile de măsură se abreviază: grame – g; kilograme – kg; tone - t; etc.

Dacă în text se repetă foarte des unele denumiri destul de voluminoase ale instituțiilor, organizațiilor etc., ele pot fi abreviate și, în acest caz, în lucrare, se introduce „Lista abrevierilor utilizate”, amplasată pe o pagină separată, după cuprins.

De exemplu: Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova - BNS; Organizația Națiunilor Unite – ONU; Biroul Internațional al Muncii – BMI, Organizația Mondială a Turismului – OMT, ș.a.

Trimiterile bibliografice în textul raportului sunt necesare referințe dacă au fost folosite surse bibliografice. Trimiterile cu referire la unele lucrări indicate în bibliografie se efectuează prin indicarea numărului sursei conform listei bibliografice și a paginii din ea, luate între paranteze pătrate. De exemplu: [15, p. 125]. Dacă autorul raportului face trimiteri la câteva lucrări sau autori, atunci în paranteze se indică numărul acestor lucrări conform listei bibliografice, de exemplu: „... unii autori [7, 12, 15] consideră ...”. Trimiterile asigură veridicitatea informației citate și oferă posibilitatea de a găsi sursa pentru a o studia mai aprofundat. Comentariile pot fi scrise în partea de jos a foii, terminându-se la frontiera câmpului de jos. În acest caz, ele se numerotează consecutiv pe parcursul întregului raport.

Materialul ilustrativ. Toate tabelele, figurile, anexele în raport se numerotează cu cifre arabe prin numerotări separate, în ordine succesivă. Fiecare ilustrație are un titlu scurt, scris cu majusculă, care corespunde conținutului ei și este amplasat la mijloc deasupra sau sub ilustrație.

La tabele, sus, în partea dreaptă, se indică cuvântul „Tabelul” și numărul curent. Semnul „nr.” nu se indică. Mai jos, la mijloc, se scrie titlul general. Tabelul trebuie să conțină titlurile coloanelor și rândurilor, perioada la care se referă cifrele, unitatea de măsură (fără a evidenția o coloană specială). Denumirea tabelului, a coloanelor și a rândurilor trebuie să fie clară, scurtă și completă. Dacă conținutul se referă la o singură perioadă, atunci ea se indică în titlu, evidențiindu-se prin virgule. Cifrele din tabel, de obicei, confirmă teoria din text, de aceea se va ținde spre amplasarea lui imediat după trimiterea la el. Se va situa astfel ca să poată fi examinat fără a întoarce foaia. Trecerea tabelului de pe o pagină pe alta se permite numai în cazul în care el nu încapă pe o pagină. Pentru aceasta coloanele se numerotează, iar pe următoarea pagină, în colțul de sus din dreapta, se scrie „Continuarea tabelului” și se indică numărul coloanelor.

Toate celelalte ilustrații, în afară de tabele, se semnează cu cuvântul „Figura”, amplasat la mijloc, sub desen, și se numerotează consecutiv cu cifre arabe. Semnul „nr.” de asemenea nu se pune. Alături se scrie denumirea lui.

Figura se amplasează, de obicei, imediat după trimiterea la ea, însă, dacă spațiul nu permite, atunci ea se plasează pe pagina următoare, la începutul ei. Titlul se scrie la mijloc, sub figură.

Pentru orice material ilustrativ se indică sursa informației. Ea se plasează imediat sub ilustrație conform regulilor generale de scriere a bibliografiei, iar la sfârșit se indică și pagina.

Utilizarea formulelor. Pentru generalizarea unor fenomene din domeniul produselor/serviciilor, caracterizarea structurii, dinamicii etc. în raportul practicii de specialitate se folosesc formule. La scrierea formulelor se aplică simbolurile unui alfabet utilizat frecvent în literatura de specialitate, ca cel latin.

Sub formulă, începând cu cuvântul „unde”, se indică semnele simbolurilor, coeficienților utilizați, semnificația lor, respectându-se consecutivitatea. Fiecare din ele se amplasează într-un rând aparte și, dacă sunt mai multe, se numerotează cu cifre arabe.

De exemplu, formula de apreciere a nivelului rentabilității activelor se prezintă în modul următor:

$$R_{fin} = P_{net} / C_{pr} * 100\% \quad (1.1)$$

unde:

P_{net} – profitul net;

C_{pr} – valoarea capitalului propriu în baza bilanțului contabil.

Bibliografia se prezintă la sfârșitul conținutului textului lucrării și va include lista completă a actelor normative, literaturii științifice, surselor statistice și a altor surse utilizate la întocmirea raportului practicii de specialitate. Fiecare sursă va conține: numele, prenumele autorului, denumirea lucrării (monografie, broșură, manual, etc.), orașul, editura, anul ediției, volumul total de pagini. Actele normative și regulamentele interne ale instituției vor fi expuse în modul următor: denumirea actului legislativ, numărul și data aprobării, numărul și data apariției în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.

Anexele conțin documente ale entității, rapoarte anuale ale entității, informații economico-statistice, care se sistematizează în tabele, grafice, diagrame. Datele statistice vor fi însoțite de sursa documentară utilizată. Sursele documentare vor fi sistematizate în compartimente conform expunerii lor în conținutul textului raportului. Fiecare anexă va avea numărul său de ordine, de exemplu: Anexa 2. Tabelele, diagramele, graficele și schemele vor fi însoțite de denumire (de ex.: „Lista de prețuri a entității”) și sursa de referință.

Anexele sunt necesare, deoarece permit a controla veridicitatea datelor expuse în raport și corectitudinea calculelor efectuate de autor.

VII. SCALA DE EVALUARE A STAGIARULUI

Nr. d/o	Indicatorul	Punctaj
1.	Calitatea materialului factologic selectat pentru analiză	—
1.1.	Disponibilitatea surselor informaționale în conformitate cu scopul stagiului de practică (maximum 5 puncte)	
1.2.	Disponibilitatea informației primare, a materialului factologic actual (maximum 15 puncte)	
Total p.1 (maxim 20 puncte)		
2.	Evaluarea calitativă a analizei materialelor colectate	—
2.1.	Îndeplinirea cerințelor privind conținutul și structura raportului, respectarea realizării sarcinii individuale (maximum 10 puncte)	
2.2.	Evaluarea gradului de realizare autonomă a analizei (maximum 15 puncte)	
2.3.	Evaluarea calității analizei materialelor colectate, date statistice (maximum 30 de puncte)	
Total p.2 (maxim 55 puncte)		
3.	Respectarea cerințelor generale privind desfășurarea stagiului de practică	—
3.1.	Realizarea în timp a activităților individuale conforme stagiului și prezentarea raportului (cu toate anexele necesare) la departament (maximum 10 puncte)	
3.2.	Îndeplinirea sarcinilor înaintate de coordonatorul de practică pentru realizarea sarcinilor (maximum 10 puncte)	
3.3.	Respectarea cerințelor de tehnico-redactare a raportului de practică (maximum 5 puncte)	
Total p.3 (maxim 25 puncte)		
TOTAL (maxim 100 puncte)		

Rezultatele sunt evaluate în baza următorului barem de notare:

Puncte	100-95	94-80	79-65	64-50	49-35	34-20	19-10	9-5	4-3	2-1
Nota	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

Listă orientativă de întrebări pentru evaluarea în cadrul susținerii publice a raportului

1. Care este particularitatea obiectului cercetării dvs. în raport cu entitatea-bază de practică?
2. Care sunt particularitățile organizării activității de management/marketing la întreprindere?
3. Care sunt obiectivele strategice ale managementului/marketingului în companie?

4. Ce acte normative, reglementări legislative v-ați familiarizat pe parcursul stagiului?
5. Care este dinamica principalilor indicatori economici/marketing ai entității?
6. Care este dinamica pieței unde își desfășoară activitatea compania?
7. Care este tipul structurii organizatorice companiei și funcțiile sale principale?
8. Descrieți pe scurt principalele aspecte ale ofertei companiei.
9. Ce metode de cercetare ați folosit, argumentați de ce?
10. Cu ce probleme v-ați confruntat pe parcursul realizării sarcinii individuale și care sunt principalele cercetării pe această temă?
11. Ce măsuri ați propus pentru dezvoltarea și îmbunătățirea activității companiei?
13. Ce abilități practice ați acumulat?
14. Ce surse informaționale ați utilizat pe parcursul realizării raportului?

ANEXE

Anexa 1. Model „Foaie de titlu”

**MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII ȘI CERCETĂRII AL
REPUBLICII MOLDOVA
UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA
FACULTATEA ȘTIINȚE ECONOMIE
DEPARTAMENTUL ECONOMIE, MARKETING ȘI TURISM**

**RAPORTUL PRIVIND EFECTUAREA PRACTICII DE
SPECIALITATE**

la

(locul executării stagiului de practică)

al masterandei/ului **Numele Prenumele** _____

(semnătura)

Program de master _____, gr. _____

Conducătorul de la instituția de practică

Numele, Prenumele și funcția în cadrul entității: _____ **L.Ș.**
(semnătura)

Coordonator științific de la Departament

Numele, Prenumele, Titlul științific și gradul didactic: _____
(semnătura)

CUPRINS

Introducere

Planul calendaristic de activitate pe parcursul practicii de specialitate (*Anexa 3*)

Caracteristica stagiului (*Anexa 4*)

Lista abrevierilor

I. Caracteristica generală a entității economice

II. Analiza domeniului de activitate a entității

III. Activitatea de marketing a entității

IV. Managementul și politica de personal a entității

V. Analiza activității economico-financiare a entității

VI. Asigurarea securității în cadrul entității

VII. Realizarea sarcinii individuale (*conform temei tezei de master*)

VIII. Propuneri, recomandări și măsuri pentru îmbunătățirea activității entității

Concluzii și recomandări

Bibliografie

Anexe

Anexa 2.2. Model de Cuprins Studii în Marketing

Introducere

Planul calendaristic de activitate pe parcursul practicii de specialitate (*Anexa 3*)

Caracteristica stagiaryului (*Anexa 4*)

Lista abrevierilor

1. Caracteristica generală a entității economice

2. Managementul marketingului

3. Cercetarea și analiza pieței și analiza gradului de competitivitate

4. Evaluarea potențialului de dezvoltare internațională a pieței de desfacere

5. Diagnosticul activității economice

6. Comunicarea integrată de marketing

7. Realizarea sarcinii individuale (*conform temei tezei de master*)

8. Propuneri, recomandări și măsuri pentru îmbunătățirea activității entității

Concluzii și recomandări

Bibliografie

Anexe

CARACTERISTICA
despre activitatea masterandului la locul stagiului de practică

Caracteristica - este o recenzie a masterandului care se realizează la sfârșitul practicii de către conducătorul de practică din partea întreprinderii-baza de practică.

În caracteristică, este necesar să fie indicat – numele, prenumele masterandului, locul de practică, perioada de desfășurare.

Caracteristica-recenzia trebuie să reflecte:

- completitudinea și calitatea realizării programului de practică;
- atitudinea masterandului față de îndeplinirea sarcinilor înaintate pe parcursul stagiului de practică;
- evaluarea rezultatelor stagiului de practică a masterandului, pe o scală de zece puncte;
- calitățile profesionale și personale demonstrate de masterand;
- concluzii despre abilitățile profesionale ale masterandului;
- competențele dobândite de masterand în timpul stagiului (în conformitate cu programul practicii aprobat).

Caracteristica este întocmită pe antetul întreprinderii și semnată de coordonatorul de practică de la întreprindere și autentificat prin ștampilă.